

## Bilag 4. Diskussionsoplæg: Dataetik

### Spørgsmål til drøftelse

*Hvad er god dataetik?*

- Når man taler om ansvarlig anvendelse af data og ny teknologi, italesættes ofte værdier som beskyttelse af privatlivet og gennemsigtighed. Er andre værdier vigtige?
- Hvordan spiller etik, innovation og forretning sammen?
- Skal vi være bange for kunstig intelligens? Under hvilke forudsætninger kan vi som samfund være trygge ved, at beslutninger træffes af algoritmer - fx når banken skal give et lån, eller bilen kører selv.

*Hvordan kommer danske virksomheder til at arbejde ansvarligt med data og ny intelligent teknologi - og anvende det som konkurrenceparameter?*

- Mærker virksomhederne et pres fra deres kunder om "bæredygtig" datahåndtering?
- Hvilke udfordringer og evt. barrierer er der ved at fremme dataetik via CSR-lignende redskaber som anbefalinger eller et kodeks? Kan disse redskaber stå alene eller bør de suppleres med lovkrav?
- Hvad skal der til for, at virksomhederne tager ejerskab for dataetik? og omsætter anbefalingerne til praksis?

*International forankring*

- Kan dataetik anvendes som et internationalt konkurrenceparameter for danske (og europæiske) virksomheder? Hvilke udfordringer kan der være i den forbindelse?
- Bør Danmark søge at gå forrest – og vil det kunne give danske virksomheder en konkurrencefordel?

# Digitalisering og dataanvendelse rejser

## spørgsmål om dataetik

Digitalisering og dataanvendelse rummer et enormt potentiale for vækst og innovation og giver mulighed for at udvikle nye tjenester og produkter, der ikke tidligere er set. Samtidig stiller brugen af ny teknologi og data os over for en række etiske dilemmaer i forhold til den måde vi indretter vores forretning og samfund på, fx i forhold til privatlivets fred, gennemsigtighed og ansvar ved brug af algoritmer. Hvis potentialet ved digitalisering og ny teknologi skal indfries, forudsætter det, at der i samfundet er tillid til, at de nye teknologier og data anvendes på en ansvarlig måde. Dataetik er ikke alene en udfordring for det private erhvervsliv, men også for den offentlige sektor, f.eks. i forbindelse med trivselsundersøgelser i folkeskolen. Der er dataetisk en forskel på at være borger og forbruger: En forbruger kan vælge et andet produkt og dermed andre rammer for datahåndtering, mens borgeren indgår i forpligtende fællesskaber, som man ikke kan fravælge (f.eks. skole). Forskellen er særlig interessant i lyset af regeringens sammenhængsreform, hvor ambitionen bl.a. er, at den offentlige sektor i højere grad skal bindes sammen digitalt.

Debatten om dataetik har paralleller til debatten om virksomheders samfundsansvar (CSR), som prægede globaliseringsdebatten i 1990'erne og 00'erne som følge af den øgede internationale arbejdsdeling. Her kom et stigende fokus på virksomhedernes samfundsansvar fx i forhold til produktionsforhold hos underleverandører rundt om i verden, ligesom der blev sat fokus på virksomhedernes miljømæssige ansvar, menneskerettigheder mv.

Den danske tilgang til diskussionen om virksomhedernes samfundsansvar blev at arbejde for at gøre virksomheders samfundsansvar til en konkurrenceparameter, som sætter et positivt aftryk på bundlinjen i den enkelte virksomhed og samtidig fremmer ansvarlig vækst.

Regeringen ønsker at understøtte, at dataetik bliver en konkurrenceparameter for dansk erhvervsliv. Temaet sat på dagsordenen for Disruptionrådet med henblik på at få rådets anbefalinger til, hvordan danske virksomheder kan gøre det til en konkurrencefordel at arbejde ansvarligt med data og ny teknologi som fx kunstig intelligens og "machine-learning".

### Udfordring 1: Hvad er god dataetik?

Debatten om dataetik er en relativ ny debat nationalt og internationalt. Den er opstået i kølvandet på de nye muligheder for digitalisering og dataan-

vendelse i virksomheder og hos myndigheder, der følger af blandt andet big data, machine-learning og brug af algoritmer.

Udviklingen går stærkt. For eksempel indebærer udbredelsen af "tingenes internet" (Internet of Things), hvor enheder (køleskabe, biler, tv, legetøj, maskiner m.v.) er forbundet til internettet, at indsamling og brug af data sker på helt nye måder og langt større omfang end tidligere.

Brugen af data handler meget om teknik, men har i høj grad samtidig juridiske og samfundsmæssige implikationer i forhold til den virkelighed, som den indgår i. Et eksempel er kunstig intelligens og machine-learning, der eksempelvis bruges i blandt andet selvkørende biler, til forudsigelse af kundeadfærd og -præferencer inden for fx bank- og forsikringsverdenen, til anbefalinger om køb på internettet, til forudsigelser om kriminalitet, til diagnosticering i sundhedssektoren og meget, meget mere.

Et andet eksempel er, at man teknisk set kan udvikle et stykke legetøj, som børn kan interagere med. Spørgsmålet kan her være, om det er en holdbar forretningsmodel at udvikle legetøj, som indebærer overvågning eller indsamling af data om børnenes adfærd. Dataetik handler således om mere end at overholde de regler, der allerede gælder om databeskyttelse, herunder den kommende EU-forordning om beskyttelse af persondata. Én ting er, hvad man inden for de juridiske rammer lovligt kan bruge data til. Noget andet er, om det er en bæredygtig forretningsmodel at anvende data på en specifik måde, fx i forhold til at indsamle oplysninger om adfærd og præferencer hos forbrugere. Dataetik skal ikke nødvendigvis ses som en begrænsning af virksomhedernes muligheder for innovation og forretningsudvikling, men som en konkurrencemæssig fordel i en tid, hvor der er spirende bevidsthed om fx privacy, og hvordan data og ny teknologi påvirker vores samfund.

### **Spørgsmål til drøftelse**

*Når man taler om ansvarlig anvendelse af data og ny teknologi, italesættes ofte værdier som beskyttelse af privatlivet og gennemsigtighed. Er andre værdier vigtige?*

*Hvordan spiller etik, innovation og forretning sammen?*

*Skal vi være bange for kunstig intelligens? Under hvilke forudsætninger kan vi som samfund være trygge ved, at beslutninger træffes af algoritmer - fx når banken skal give et lån, eller bilen kører selv.*

## **Udfordring 2: Hvordan kommer danske virksomheder til at arbejde ansvarligt med data og ny intelligent teknologi - og anvende det som konkurrenceparameter?**

Danske virksomheder er generelt gode til at arbejde ansvarligt som en naturlig del af deres forretning<sup>1</sup>. Nu rejser den omfattende digitalisering, ny teknologi og de muligheder, der følger heraf imidlertid nye spørgsmål om ansvarlig/bæredygtig datahåndtering. Spørgsmålet er, hvordan vi bedst understøtter, at danske virksomheder forholder sig til dataetik og udnytter det som konkurrenceparameter?

I efteråret 2017 underskrev over 150 personer, herunder repræsentanter for virksomheder, der arbejder med teknologi og kunstig intelligens, "The Copenhagen Letter", som opfordrer til bedre praksis inden for udformningen af teknologi, hvor mennesket sættes forud for forretning. Efterfølgende har mange flere underskrevet brevet, som også omtales som et manifest for teknologisamfundet.

Generelt ser man adskillige virksomheder - store som små - begynde at sætte fokus på dataetik. Fx har LEGO truffet en række foranstaltninger i forhold til sit online-univers, som er rettet mod børn, for at beskytte data, der kan henføres til børnene. Et andet eksempel er Microsoft, som har præsenteret en række principper for arbejdet med kunstig intelligens: Fairness, Accountability, Transparency og Ethics, hvor sidstnævnte handler om, at kunstig intelligens skal tjene menneskene og designes til intelligent privatlivsbeskyttelse. Endvidere kan nævnes Danske Bank, som i efteråret 2017 pegede på, at et af nøgleordene fremover bliver transparens. Tilgangen hos Danske Bank er, at "vi er nødt til at være ærlige omkring, hvad vi gør, og hvad vi ikke gør. Du får ikke nødvendigvis point for at overholde reglerne, men du får rigtigt mange minuspoint, hvis kunden føler sig uretfærdigt behandlet."<sup>2</sup>

Internationalt er der i organisationer som EU, OECD og World Economic Forum enighed om behovet for tiltag, der kan styrke borgernes tillid til de

---

<sup>1</sup> De største danske virksomheder har siden 2008 været forpligtet til at afgive årlige redegørelser for samfundsansvar. I 2014 havde 96 pct. af 170 udvalgte store virksomheder taget aktivt stilling til deres samfundsansvar, og 74 pct. havde udarbejdet en politik på området ([https://samfundsansvar.dk/sites/default/files/rapport\\_redegoerelse\\_samfundsansvar\\_2013\\_0.pdf](https://samfundsansvar.dk/sites/default/files/rapport_redegoerelse_samfundsansvar_2013_0.pdf))

<sup>2</sup> "Det svære samtykke: "Virksomheder skal kende brugernes creepiness-grænse", Version2.dk, den 2. oktober 2017.

nye teknologier. Diskussionerne bærer imidlertid præg af, at der er forskellige tilgange til, hvorvidt dataetik skal håndteres gennem regulering, eller om det i højere grad skal ske gennem soft law-instrumenter som retningslinjer og involvering af de relevante interessenter i selvregulering.

Dataetiske anbefalinger - og udbredelsen heraf internationalt - kan være med til at understøtte udbuddet og efterspørgslen efter en anden og mere åben tilgang til data, hvor fx forbrugerne har mere kontrol over egne data, og der er øget gennemsigtighed med virksomhedernes håndtering og anvendelse af data.

Ifht. forankringen af dataetiske anbefalinger kommer også spørgsmål om, hvorvidt det er virksomheden/forbrugeren, som genererer data, der ejer data, eller om det er den virksomhed, som indsamler data, der ejer data. Reglerne herfor er komplicerede og delvist overlappende, og der er derfor udbredt usikkerhed om, hvem der har rettigheder til at anvende hvilke data. Dette indgår også som et indsatsområde i Strategi for Danmarks digitale vækst, herunder at der skal udarbejdes virksomhedsorienteret informations- og vejledningsmateriale for bl.a. ansvar, ejerskab og rettigheder ved anvendelse af data. Diskussionen om ejerskab og rettigheder til data har snitflader til diskussionen om dataetik. Derfor udarbejdes et diskussionsoplæg til Disruptionrådets møde i september, hvor barrierer og regler for virksomhedernes dataanvendelse kan drøftes i sammenhæng med ekspertgruppens oplæg til anbefalinger for dataetik.

#### **Spørgsmål til drøftelse**

*Mærker virksomhederne et pres fra deres kunder om "bæredygtig" datahåndtering?*

*Hvilke udfordringer og evt. barrierer er der ved at fremme dataetik via CSR-lignende redskaber som anbefalinger eller et kodeks? Kan disse redskaber stå alene eller bør de suppleres med lovkrav?*

*Hvad skal der til for, at virksomhederne tager ejerskab for dataetik? og omsætter anbefalingerne til praksis?*

### **Udfordring 3: International forankring**

Den digitale verden går på tværs af landegrænserne. Danskere bruger i høj grad udenlandske tjenester som Google, Facebook og lignende, og danske virksomheder, der opererer i andre lande, ikke bare skal forholde sig til dansk men også international regulering.

Det kan være vanskeligt for danske virksomheder at konkurrere og samtidig fremhæve en etisk holdning til brug af data på et globalt marked, hvor nogle regioner har en meget liberal holdning til indsamling af data og anvendelse af kunstig intelligens. Eksempelvis er kinesiske techvirksomheder involveret i den kinesiske stats ambitioner om at anvende data til at rangordne sine borgere i et "socialt kredit" system.

**Spørgsmål til drøftelse**

*Kan dataetik anvendes som et internationalt konkurrenceparameter for danske (og europæiske) virksomheder? Hvilke udfordringer kan der være i den forbindelse?*

*Bør Danmark søge at gå forrest – og vil det kunne give danske virksomheder en konkurrencefordel?*